

ПОПЕРЕДЖЕННЯ ДЕМОТИВАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПЕРСОНАЛУ

Сучасні умови здійснення підприємницької діяльності потребують не лише вміння мотивувати персонал, але також і вміння усувати демотивацію, оскільки компанії різних видів діяльності, у тому числі й торговельні, стикаються з проблемою надлишкової плинності персоналу, виробничими конфліктами, виникненням синдрому професійного вигорання працівників, зниженням якості та ефективності праці. Забезпечення ефективності праці вимагає підвищення рівня мотивованості працівників, що буде неможливо здійснити без усунення причин їх демотивації. Демотивації необхідно запобігати, але якщо дані процеси вже спостерігаються на торговельних підприємствах, то щоб вчасно зупинити негативні процеси, необхідно приділити особливу увагу вивченню потреб і внутрішніх мотивів працівників, створити комфортні умови праці з метою підтримання у кожного співробітника інтересу до роботи. Чи можливо за умов відсутності універсальних моделей мотивації в кожній компанії уникати виникнення демотивації працівників?

Науковці, що займаються проблематикою мотивації праці, пропонують наступний алгоритм подолання демотивації персоналу:

- своєчасне виявлення ранніх симптомів демотивації;
- розробка методів її усунення;
- впровадження управлінських рішень по вдосконаленню системи мотивації [1, с. 82].

З метою профілактики виникнення демотивації працівників на торговельних підприємствах доцільно періодичне проведення соціологічних опитувань з використанням анонімних опитувальних листів з метою своєчасного виявлення ступеня задоволеності роботою в колективі зокрема та в компанії в цілому.

В результаті будуть виявлені як мотиваційні так і демотиваційні чинники, що впливають на результати роботи і відношення до неї.

Досвід зарубіжних компаній доводить, що високо мотивована робоча сила почуває себе причетною до загальної мети своєю діяльністю і такою, що цінується організацією. Слід також виявляти інтерес до професійних прагнень співробітників, адже правильний підхід відкриває шлях до добре збалансованого робочого місця та гарантує успіх бізнесу в майбутньому.

Позитивні результати проведення досліджень впливу як позитивних так і негативних чинників мотивації на ефективність праці торговельного

персоналу та прийняття на їх основі управлінських рішень щодо запровадження на торговельному підприємстві програм попередження та подолання демотивації працівників можуть бути наступними:

- працівники стимулюються до більш ефективного виконання своїх обов'язків;
- підвищується ефективність діяльності кожного працівника та компанії в цілому;
- створюються позитивний та сприятливий до трудової активності настрій в колективі;
- зниження плинності персоналу;
- створення ядра колективу працівників, що цінують свою роботу;
- створення корпоративної культури підприємства.

Визнання керівництвом на ранніх стадіях певних ознак демотивації, що виникають, та швидке рішення даних проблем можуть сприяти заохоченню працівників та їх задоволенню роботою й утриманню.

Незважаючи на те, що основним мотиваційним засобом є оплата праці, за сучасних умов функціонування торговельних підприємств вона вимагає паралельного застосування засобів нематеріальної мотивації. Для посилення мотиваційного впливу та уникнення негативного впливу демотиваційних чинників на персонал торговельних підприємств в Україні необхідно розробляти мотиваційні системи, які б забезпечували комплексне поєднання матеріальних та нематеріальних засобів мотивації, а також заходів запобігання демотивації працівників, в результаті чого забезпечується усіх компонентів трудового потенціалу працівників торговельних підприємств.

Вибір методів матеріального та нематеріального стимулювання залежить від багатьох умов: асортиментної політики та спеціалізації магазину, форми обслуговування, загалом виду торговельного підприємства.

Література

1. Кошовий Б.-П.О. Теоретичні засади класифікації чинників демотивації праці як загрози економічній безпеці підприємства / Б.-П.О. Кошовий // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2014. – №. 12. – С. 142-147.